

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap minat beli konsumen. Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya (UNUSA). Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa UNUSA yang berjumlah 150 responden. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan metode pengolahan data menggunakan *Statistical Package for the Social Science* (SPSS).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan citra merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Sedangkan citra merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.

Kata Kunci : kualitas produk, citra merek, minat beli